Agriculture et Agroalimentaire Canada | Agriculture and Agri-Food Canada

Canada

SECRÉTARIAT À L'ACCÈS AUX MARCHÉS
Rapport d'analyse mondiale

Aperçu du marché
Maroc

Avril 2017

Sommaire

Le Royaume du Maroc se situe aux confins du nord-ouest de l'Afrique. Son extrémité la plus au nord se trouve à moins de 15 kilomètres de l'Espagne. Fort d'une population de 35 millions d'habitants, le Maroc était la dixième économie en importance de la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord en 2016. D'après les normes internationales, il s'agit d'un pays en développement.

En 2016, le produit intérieur brut (PIB) du Maroc s'est chiffré à 104,1 milliards de dollars US et devrait augmenter de 5,3 % en 2017. Selon Euromonitor, le Maroc devrait réaliser des progrès économiques soutenus à court et moyen terme, avec un taux de croissance annuel composé de 5,7 % d'ici 2020 et par la suite.

Cette croissance est stimulée en grande partie par la demande intérieure, et au train où vont les choses, le Maroc devrait observer une amélioration continue de sa performance économique grâce à une série de mesures prises par le gouvernement visant à améliorer le climat commercial, l'accent mis sur l'expansion de la classe moyenne et l'amélioration de la concurrence.

Selon Euromonitor, les consommateurs marocains ont un niveau de dépenses discrétionnaires beaucoup plus faible par rapport à la moyenne mondiale, bien qu'il soit légèrement supérieur à celui de certains de ses homologues régionaux. Les dépenses de consommation connaîtront une saine croissance jusqu'en 2030, offrant davantage de possibilités aux fournisseurs de produits agroalimentaires et de produits de la mer. Plus particulièrement, on estime que la catégorie de dépenses la plus importante sera le secteur de l'hébergement et de la restauration, grâce à l'accroissement des arrivées de touristes et à la tendance croissante des Marocains mieux nantis à aller au restaurant.

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire 1

Production 2

Commerce 3

Industrie de la restauration commerciale 5

Ventes au détail 6

Pour plus de renseignements 8

Ressources 9

Rapports connexes

- Coup d'œil sur le Maroc
- Profil des consommateurs - Maroc
- Contexte commercial - Maroc
- Aliments pour animaux de compagnie au Maroc

PRODUCTION

Le Maroc dépend beaucoup de son secteur agricole, qui génère 19 % du produit intérieur brut (selon la récolte) et qui emploie environ 40 % de sa main-d'œuvre. Plus de 90 % des cultures du pays sont non irriguées, de sorte que les rendements varient beaucoup d'une année à l'autre.

Voici les principaux produits agricoles du Maroc : blé, betteraves à sucre, oranges, tomates, pommes de terre, olives et huile d'olive. Le Maroc produit assez de nourriture pour la consommation intérieure, sauf pour ce qui est des grains, du sucre, du café et du thé. Le Maroc importe plus de 40 % des grains pour sa consommation locale. Le Maroc est un exportateur net de poisson ainsi que de fruits et légumes. Les produits agricoles de qualité supérieure sont habituellement exportés vers l'Europe.

Dix plus grandes cultures (en tonnes)	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**
Blé	6 017 821	3 878 000	6 933 983	5 115 884
Betteraves à sucre	3 035 143	1 626 670	2 142 221	3 208 617
Pommes de terre	1 721 402	1 656 891	1 928 606	1 950 982
Orge	2 317 611	1 201 388	2 722 622	1 638 086
Olives	1 415 902	1 315 794	1 181 676	1 573 206
Tomates	1 217 905	1 219 071	1 293 320	1 230 953
Oranges	858 587	961 738	759 290	1 001 246
Oignons, secs	860 913	855 764	929 866	813 707
Melons, autre	777 605	717 602	700 035	736 546
Canne à sucre	763 913	540 985	619 561	278 551

Bétail (têtes)	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**
Moutons	18 737 340	19 006 080	18 979 704	19 230 835
Chèvres	5 991 370	5 601 500	5 905 394	6 147 225
Bovins	3 037 930	3 029 180	3 172 984	3 238 688
Ânes	950 190	947 110	944 360	947 000
Mulets	465 240	456 880	453 330	456 000
Chameaux	55 000	56 500	181 020	182 830
Chevaux	139 950	138 150	139 210	140 000

Viande (en tonnes)	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**
Viande, bœuf	198 657	204 422	254 000	259 078
Viande, mouton	143 430	147 592	118 000	120 359
Viande, chèvre	23 591	24 276	26 000	26 520
Viande, chameau	4 296	5 148	4 340	4 292

Source de tous les tableaux : *FAOSTAT, production agricole, janvier 2017.*

Commerce

L'agriculture marocaine est largement tributaire des précipitations, de sorte que les rendements peuvent varier considérablement d'une année à l'autre. Par conséquent, le Maroc est un importateur net de produits agroalimentaires. En 2015, son déficit relatif au commerce de produits agroalimentaires et de produits de la mer n'a été que de 9 M$ CA. Les importations ont totalisé 5,73 G$ CA et les exportations 5,72 G$ CA. Cependant, le Maroc pourrait enregistrer un déficit plus important en 2016 d'après des données préliminaires, en raison de la grave sécheresse qui a touché le pays en 2015-2016.

Commerce	2011	2012	2013	2014	2015	2016*	**TCAC 2011-2015
Exportations du Maroc	3 886,77	3 858,20	4 423,89	5 175,56	5 724,63	5 252,72	10,2 %
Importations du Maroc	5 908,55	5 966,53	5 394,08	6 661,93	5 733,71	5 906,50	-0,7 %
Écart	-2 021,78	-2 108,33	-970,19	-1 486,37	- 9,08	-653,78	-74,1 %

Source : *Global Trade Tracker, janvier 2017*
**Veuillez prendre note que 2016 est une année partielle.*
***TCAC = taux de croissance annuel composé*

Principaux fournisseurs de produits agroalimentaires et de produits de la mer du Maroc, 2015-2016*

Pays partenaire	Rang en 2015	2015	2016*	Rang en 2016
Monde	-	5 733 713 706	5 906 498 770	-
France	**1**	732 683 607	1 115 929 804	**1**
Brésil	**2**	637 378 182	539 380 660	**2**
Argentine	**3**	506 338 844	479 116 511	**3**
États-Unis	**4**	438 162 760	425 375 837	**4**
Allemagne	**5**	394 776 574	262 989 452	**9**
Canada	**6**	358 894 849	292 211 069	**8**
Espagne	**7**	347 105 132	380 619 806	**5**
Chine	**8**	328 398 963	294 673 444	**7**
Pays-Bas	**9**	227 876 607	202 339 633	**10**
Ukraine	**10**	208 522 645	309 131 679	**6**

Source : *Global Trade Tracker, janvier 2017*
**Veuillez prendre note que 2016 est une année partielle.*

Le blé, le maïs, l'huile de soya, la canne à sucre, le blé dur, le tourteau et le thé vert ont été les principaux produits agroalimentaires et produits de la mer importés par le Maroc en 2015. Les principaux pays fournisseurs ont été la France, le Brésil, l'Argentine, les États-Unis, l'Allemagne et le Canada. Le Canada était le sixième plus important pays fournisseur de produits agroalimentaires et de produits de la mer du Maroc en 2015, avec une part de marché de 6,3 %.

En 2015, le Canada était le 19^{e} marché d'exportation de produits agroalimentaires et de produits de la mer du Maroc. Le Canada a principalement importé du Maroc des agrumes, ce qui représente 67,5 % de toutes les importations de produits agroalimentaires et produits de la mer, pour un total de 55,8 M$ CA en 2015. La pieuvre préparée et les olives sont aussi d'autres produits importants importés par le Canada, leur valeur totalisant 5,2 M$ CA et 5,1 M$ CA, respectivement.

Principales importations marocaines de produits agroalimentaires et de produits de la mer, 2015

Produit	Valeur des importations (M$ CA)	Principaux fournisseurs et part de marché			Part du Canada
		1	2	3	
Blé (à l'exception du blé dur)	705,1	France (39,8 %)	Allemagne (20,3 %)	Ukraine (16,7 %)	0,00 %
Maïs (excluant le maïs de semence)	542,9	Argentine (47,3 %)	Brésil (29,9 %)	États-Unis (13,0 %)	0,00 %
Huile de soya	429,2	Allemagne (41,7 %)	Espagne (20,6 %)	États-Unis (19,9 %)	0,00 %
Blé dur	405,9	Canada (81,1 %)	France (18,7 %)	S.O.	81,10 %
Canne à sucre, crue	357,9	Brésil (95,6 %)	Mexique (0,04 %)	France (0,001 %)	0,00 %
Tourteau	232,3	Argentine (69,1 %)	États-Unis (30,8 %)	S.O.	0,00 %
Thé vert	152,3	Chine (99,8 %)	Royaume-Uni (0,001 %)	Espagne (0,001 %)	0,00 %
Dattes fraîches ou séchées	139,5	Tunisie (50,2 %)	Émirats arabes unis (30,6 %)	Égypte (14,9 %)	0,00 %
Café, non torréfié	108,3	Indonésie (30,1 %)	Guinée (14,7 %)	Togo (13,8 %)	0,00 %
Orge (excluant les graines pour l'ensemencement)	103,6	Argentine (47,0 %)	France (23,3 %)	Uruguay (7,9 %)	0,00 %

Source : *Global Trade Tracker, janvier 2017 S.O. = Sans objet*

En 2015, les exportations canadiennes de produits agroalimentaires et de produits de la mer vers le Maroc étaient estimées à 358,9 M$ CA (292,2 M$ CA en octobre 2016). Les principaux produits exportés ont été le blé dur (329,6 M$ CA), les crevettes congelées (8,9 M$ CA), les crevettes nordiques congelées (7,8 M$ CA), les lentilles sèches écossées (5,8 M$ CA) et les pois secs (2,1 M$ CA). Le Canada a enregistré un excédent commercial pour les produits agroalimentaires et les produits de la mer de 275,9 M$ CA avec le Maroc.

Principaux marchés d'exportation de produits agroalimentaires et de produits de la mer du Maroc, 2015 et 2016*

Rang en 2015	Pays	2015	2016*	Rang en 2016
	Monde	5 724 630 475	5 252 722 612	
1	Espagne	1 185 047 185	1 226 378 287	1
2	France	1 020 299 450	964 795 998	2
3	Pays-Bas	314 723 927	342 006 143	4
4	Italie	352 704 226	308 948 134	3
5	États-Unis	167 096 692	197 560 137	7
6	Russie	220 849 983	185 583 358	5
7	Japon	188 706 991	150 997 767	6
8	Allemagne	167 008 897	142 936 642	8
9	Turquie	152 724 811	119 593 287	9
10	Royaume-Uni	117 664 839	119 209 060	10
19	Canada	82 914 396	47 609 680	19

Source : *Global Trade Tracker, janvier 2017*
**Veuillez prendre note que 2016 est une année partielle.*

Industrie de la restauration commerciale

Volume des ventes de l'industrie de la restauration commerciale au Maroc – Données historiques (en milliers de tonnes)

Catégorie	2011	2012	2013	2014	2015	2016	% TCAC 2011-2016
Aliments emballés – Secteur de la restauration	645,21	675,17	707,40	742,80	783,93	825,00	5,04
Produits de boulangerie-pâtisserie	277,05	292,32	309,06	326,67	348,05	371,27	6,03
Produits laitiers	205,48	214,54	224,40	236,23	248,68	258,37	4,69
Huiles comestibles	73,01	74,34	75,84	77,22	78,65	80,20	1,90
Riz, pâtes alimentaires et nouilles	44,92	46,91	48,88	50,95	53,70	57,18	4,94
Crème glacée et desserts congelés	15,48	16,52	17,27	18,20	19,20	20,26	5,53
Sauces, vinaigrettes et condiments	13,55	13,94	14,34	14,73	15,24	15,75	3,05
Viandes et produits de la mer transformés	6,67	7,27	7,98	8,85	10,08	11,32	11,16
Fruits et légumes transformés	3,62	3,74	3,86	3,99	4,16	4,34	3,69
Confiseries	1,44	1,50	1,55	1,60	1,65	1,71	3,50
Tartinades	1,49	1,53	1,56	1,61	1,65	1,70	2,67
Biscuits sucrés, barres tendres et collations de fruits	1,29	1,33	1,37	1,41	1,46	1,51	3,20
Collations salées	0,99	1,02	1,05	1,09	1,14	1,18	3,57
Céréales pour petit déjeuner	0,19	0,21	0,22	0,23	0,25	0,26	6,47
Soupes	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,00

Au Maroc, le style de vie et les tendances en matière de consommation ont bien changé au cours des dernières années, compte tenu du rythme de plus en plus trépidant de la vie moderne, stimulant la demande d'aliments prêts à servir. Par conséquent, de nombreux consommateurs commandent des repas prêts à manger dans des points de service de restauration à l'heure du lunch, tandis qu'ils peuvent compter sur des aliments transformés achetés chez des détaillants lorsqu'ils mangent à la maison.

Selon Euromonitor, en 2015, les dépenses de consommation par habitant s'élevaient à 2002 $ CA. Ce montant devrait augmenter de 3,5 % en 2016. La catégorie de consommation qui connaîtra la croissance la plus rapide sera celle des dépenses d'hébergement et de restauration. On estime qu'au cours de la période comprise entre 2016 et 2030, les dépenses de consommation totales augmenteront à un taux annuel moyen de 5,7 %.

Volume des ventes de l'industrie de la restauration commerciale au Maroc – Prévisions (en milliers de tonnes)

En milliers de tonnes	2017	2018	2019	2020	2021	% TCAC 2017-2021
Aliments emballés – Secteur de la restauration	869,17	916,53	967,28	1 021,79	1 080,74	5,60
Produits de boulangerie-pâtisserie	396,47	423,86	453,52	485,7	521,01	7,07
Produits laitiers	268,38	278,73	289,44	300,51	311,93	3,83
Huiles comestibles	81,81	83,48	85,23	87,06	88,96	2,12
Riz, pâtes alimentaires et nouilles	60,95	65,02	69,41	74,14	79,25	6,78
Crème glacée et desserts congelés	21,38	22,58	23,86	25,22	26,67	5,68
Sauces, vinaigrettes et condiments	12,75	14,4	16,3	18,49	21,02	13,31
Viandes et produits de la mer transformés	16,29	16,87	17,49	18,15	18,85	3,72
Fruits et légumes transformés	4,53	4,73	4,94	5,17	5,41	4,54
Confiseries	1,76	1,82	1,88	1,95	2,02	3,50
Tartinades	1,77	1,82	1,88	1,95	2,01	3,23
Biscuits sucrés, barres tendres et collations de fruits	1,56	1,62	1,68	1,75	1,82	3,93
Collations salées	1,22	1,26	1,31	1,36	1,41	3,68
Céréales pour petit déjeuner	0,28	0,3	0,32	0,34	0,37	7,22
Soupes	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,00

Source des deux tableaux : *Euromonitor, janvier 2017; TCAC = taux de croissance annuel composé*

Ventes au détail

Ventes au détail de produits agroalimentaires au Maroc - Données historiques en M$ US

Catégorie	2011	2012	2013	2014	2015	2016	% TCAC 2011-2016
Aliments emballés	4 500,1	4 786	5 023,9	5 291,5	5 552,4	5 797,6	5,20
Produits laitiers	1 677,1	1 790,6	1 857,1	1 930,4	1 992,6	2 047,9	4,08
Viandes et produits de la mer transformés	473,3	516,2	562,4	613,7	681,5	714,7	8,59
Huiles comestibles	601,7	619	644,8	669,2	680,4	708,7	3,33
Produits de boulangerie-pâtisserie	492,1	514	536,8	562	583,5	608,3	4,33
Confiseries	253,7	266,9	277,5	289,4	300,3	317,2	4,57
Riz, pâtes alimentaires et nouilles	216,6	239,2	249,1	260,6	275,8	293,8	6,29
Crème glacée et desserts congelés	175,6	193,3	211,3	236,5	258,7	283,5	10,05
Biscuits sucrés, barres tendres et collations de fruits	178,2	193,5	208,2	225,5	242,9	261,1	7,94
Sauces, vinaigrettes et condiments	107,8	110,8	114,1	117,9	122,5	126,8	3,30
Tartinades	75,2	78,5	82,9	88,3	94,3	100	5,87
Aliments pour bébés	83,5	87,3	91,1	95	97,8	99,9	3,65
Collations salées	75,7	78,8	82,3	86,6	92,4	97	5,08
Fruits et légumes transformés	55,1	59,9	64,9	71,1	80,2	85,2	9,11
Céréales pour petit déjeuner	29,3	32,3	35,3	38,6	42,1	45,9	9,39
Repas prêts à servir	2,1	2,5	2,8	3,3	3,8	4,0	13,75
Soupes	3,1	3,2	3,3	3,4	3,5	3,6	3,04

Source : *Euromonitor, janvier 2017* *TCAC = taux de croissance annuel composé*

Plusieurs facteurs influencent le secteur de la vente au détail qui est toujours en évolution au Maroc. L'évolution du style de vie, un taux de croissance démographique élevé, l'urbanisation rapide et l'augmentation du revenu disponible expliquent en partie la croissance du secteur des aliments emballés et la multiplication des distributeurs modernes en alimentation au Maroc.

Les ventes d'aliments emballés ont enregistré un TCAC de 5,2 % de 2011 à 2016, et on prévoit une croissance additionnelle de 6,8 % d'ici 2021. Dans cette catégorie, ce sont les repas prêts à servir qui ont enregistré le plus fort TCAC, soit 13,7 % durant la même période. Cela renforce les observations d'Euromonitor selon lesquelles les consommateurs au Maroc recherchent des produits pratiques.

Les ventes d'aliments au détail au Maroc varient selon les niveaux de revenu. Les magasins à grande surface ciblent généralement les consommateurs plus aisés. Les magasins traditionnels de quartier ciblent les consommateurs à faible revenu qui ont tendance à acheter plus fréquemment moins de produits. Les marchés fermiers ruraux qui sont organisés chaque semaine persistent toujours et répondent aux besoins de la population rurale. Les consommateurs à revenu plus élevé ont tendance à acheter plus souvent des produits transformés et emballés.

Euromonitor souligne que les Marocains évoluent progressivement vers des filières modernes de commerce de détail et s'éveillent à la technologie. Les ventes au détail d'aliments emballés sur Internet devraient continuer d'augmenter. Compte tenu que de plus en plus de femmes entrent sur le marché du travail, le nombre de consommatrices qui recherchent des solutions pratiques pour se faciliter la tâche ne cesse d'augmenter.

Au cours des dernières années, le niveau de sensibilisation à la santé des consommateurs marocains s'est accru rapidement. La demande en matière de saines solutions de rechange prend rapidement de l'ampleur, notamment l'utilisation de stevia dans les recettes sucrées pour remplacer le sucre ou la

consommation quotidienne d'huile de noix de coco pour nettoyer le système digestif. En raison de ces tendances, les pharmacies ont commencé à importer et à offrir une vaste gamme de différents suppléments qui ont remporté un franc succès auprès des consommateurs marocains et qui continuent de renforcer la tendance croissante à l'égard de la santé et du bien-être.

Ventes au détail de produits agroalimentaires au Maroc – Prévisions en M$ US

Catégorie	2017	2018	2019	2020	2021	% TCAC 2017-2021
Aliments emballés	6 169,2	6 573,8	7 014,0	7 493,2	8 018,9	6,78
Produits laitiers	2 147,6	2 254,3	2 368,4	2 490,6	2 621,7	5,11
Viandes et produits de la mer transformés	764,8	818,6	876,7	939,1	1 006,3	7,10
Huiles comestibles	743,5	781,2	822,3	867,2	918,6	5,43
Produits de boulangerie-pâtisserie	647,2	689,1	734,3	783,0	835,6	6,60
Confiseries	317,8	357,5	403,7	458,2	523,1	13,27
Riz, pâtes alimentaires et nouilles	341,5	368,3	397,9	430,2	464,3	7,98
Crème glacée et desserts congelés	319,5	347,6	378,4	412,4	450,0	8,94
Biscuits sucrés, barres tendres et collations de fruits	286,2	313,3	342,0	371,6	403,5	8,97
Sauces, vinaigrettes et condiments	133,9	141,4	149,4	157,8	166,7	5,63
Tartinades	108,3	117,7	128,1	139,6	152,6	8,95
Aliments pour bébés	103,5	111,1	119,3	128,2	137,8	7,42
Collations salées	92,3	99,9	108,3	117,3	127,1	8,33
Fruits et légumes transformés	104,1	108,5	113,1	118,0	123,2	4,30
Céréales pour petit déjeuner	51,1	56,9	63,3	70,6	78,7	11,40
Repas prêts à servir	4,3	4,6	4,9	5,2	5,5	6,35
Soupes	3,7	3,9	4,0	4,2	4,3	3,83

***Source** : Euromonitor, janvier 2017* *TCAC = taux de croissance annuel composé*

Les dépanneurs, tout particulièrement, transforment le paysage du marché marocain. Bien que les consommateurs magasinent relativement peu dans les dépanneurs, les magasins à prix réduit et les stations-service, les épiciers traditionnels perdent du terrain face aux supermarchés, aux hypermarchés et aux magasins modernes de quartier qui occupent une plus petite superficie, offrent un assortiment limité de produits et mettent l'accent sur les produits pratiques. La tendance croissante à l'égard de ce type de circuit de distribution de produits alimentaires s'est accentuée en raison du style de vie trépidant des Marocains. En outre, les heures d'ouverture particulièrement longues des dépanneurs contribuent certainement à cette tendance. La demande en matière de produits pratiques, de santé et de bien-être, de même que la notion de gâterie seront les principales tendances de consommation susceptibles d'influencer le commerce de détail au cours des prochaines années quant aux achats en épicerie.

Circuits de distribution – Données historiques – Ventilation des ventes au détail basée sur le prix de détail en pourcentage (%)

Points de vente	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Épiciers	98,1	98,1	98,1	98,1	98,1	98,1
Épiciers modernes	32,5	33,1	33,6	34,1	34,9	35,2
Dépanneurs	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Magasins de vente au rabais	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Détaillants rattachés à une station-service	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
Hypermarchés	19,4	19,9	20,3	20,7	21,2	21,4
Supermarchés	11,7	11,7	11,8	11,9	12,2	12,3
Épiciers traditionnels	65,6	65,0	64,4	64,0	63,2	62,9
Détaillants spécialisés dans les aliments, les boissons et les produits du tabac	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Petites épiceries indépendantes	58,7	58,1	57,6	57,2	56,5	56,2
Autres détaillants en alimentation	5,4	5,4	5,4	5,3	5,2	5,2

***Source** : Euromonitor, janvier 2017*

Pour plus de renseignements

Les délégués commerciaux internationaux peuvent fournir à l'industrie canadienne une expertise de terrain concernant les potentiels de marché, les conditions actuelles et les contacts d'affaires locaux, et sont un excellent point de contact pour obtenir des conseils à l'exportation.

- **Aperçu du Service des délégués commerciaux au Maroc**
  www.tradecommissioner.gc.ca/ma
  http://www.rabat.gc.ca

- **Trouvez un délégué commercial**
  [http://www.deleguescommerciaux.gc.ca/trade-commissioner-delegue-commercial/search-recherche.aspx?lang=fra

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le marché du Maroc et d'autres marchés, veuillez consulter la collection complète des rapports d'analyse mondiale sous la rubrique *Statistiques et renseignements sur les marchés*, qui présente les revues de marché par secteur d'intérêt et par région, à l'adresse :

- ats-sea.agr.gc.ca

Pour de plus amples renseignements au sujet de Gulfood 2017, veuillez communiquer avec :

- **Ben Berry, directeur adjoint**
  Stratégie et organisation, foires commerciales
  Agriculture et Agroalimentaire Canada
  ben.berry@agr.gc.ca

RESSOURCES

Euromonitor International – 2016 – Consumer Lifestyles in Morocco.
Euromonitor International – 2016 – Package Food in Morocco.
FAOSTAT – 2017 – Production agricole
Global Trade Tracker – 2017 – Statistiques sur les importations et les exportations – Maroc.
Banque mondiale – 2017.

Aperçu du marché du Maroc
Rapport d'analyse mondiale

Préparé par : Karim Zarrouki, analyste de marché

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada,
représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire (2017).

Images
Les images figurant dans la présente publication sont reproduites avec la permission des titulaires des droits s'y rattachant. À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada est titulaire des droits d'auteur sur ces images.

Pour vous inscrire à notre liste de distribution ou pour suggérer d'autres sujets ou marchés de recherche, vous pouvez vous adresser à :

Agriculture et Agroalimentaire Canada, Analyses des marchés mondiaux
1341, chemin Baseline, Tour 5, 4e étage
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Canada
Courriel : MAS-SAM@agr.gc.ca

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Même s'il n'a ménagé aucun effort pour présenter des données exactes, Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité à l'égard de toute décision qui pourrait être prise sur la base de ces renseignements.

Toute reproduction ou redistribution du présent document, en totalité ou en partie, doit énoncer clairement qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada est le titulaire du droit d'auteur du document en respectant le modèle suivant : AAC – titre du rapport – année. Si le document reproduit ou redistribué reprend des données du présent document, il y a lieu d'y indiquer les sources telles qu'elles sont inscrites dans le présent document.

Agriculture et Agroalimentaire Canada fournit le présent document ainsi que d'autres services de production de rapports gratuitement à ses clients des industries agricole et alimentaire.

RESTEZ BRANCHÉS		Visitez notre collection en ligne de rapports publics pour plus d'informations à ce sujet et sur d'autres marchés.